

Fővárosi Ítéltábla
2.Kf.27.254/2012/8. szám

A Fővárosi Ítéltábla a dr. Olasz Balázs Ügyvédi Iroda, ügyintéző: dr. Olasz Balázs ügyvéd által képviselt felperesnek a jogtanácsos által képviselt Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsa [alperes címe, hiv. szám: 1159/2011. (IX.1.); 14.453-18/2011.] alperes ellen médiaügyben hozott közigazgatási határozat felülvizsgálata iránt indult perében a Fővárosi Törvényszék 2012. március 20. napján kelt 23.K.33.940/2011/4. számú ítélete ellen a felperes által 5. sorszám alatt előterjesztett fellebbezés folytán az alulírott napon megtartott nyilvános tárgyalás alapján meghozta a következő

í t é l e t e t:

A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyja.

Kötelezi a felperest arra, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 30.000 (azaz harmincezer) forint másodfokú perköltséget, valamint az államnak - az illetékügyekben eljáró hatóság külön felhívására - további 7.000 (azaz hétezer) forint kereseti és 48.000 (azaz negyvennyolcezer) forint fellebbezési illetéket.

Ez ellen az ítélet ellen további fellebbezésnek nincs helye.

I n d o k o l á s

Az alperes hatósági felügyeleti hatáskörben eljárva, hivatalból vizsgálta a felperes által 2011. március 3. napján 07:00:31 órakor sugárzott támogatói üzenetet, melynek szövege a következő volt: „Közlekedési hírek a 30 napos visszavásárlási védelmet nyújtó ... támogatásával. ... - mi bízunk autóinkban, bízson Ön is! www.....hu" Az alperes a 2011. szeptember 1. napján kelt 1159/2011. (IX. 1.) számú határozatával megállapította, hogy a felperes megsértette a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (a továbbiakban: Smtv.) 20. §-ának (3) bekezdése rendelkezését, erre tekintettel a médiaszolgáltatásokról és tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: Mttv.) 186. §-ának (1) bekezdése alapján felhívta a felperest, hogy tegyen eleget a jogszerű magatartás követelményének és tartózkodjék a jövőbeni

jogsértésektől. Indokai szerint burkolt kereskedelmi közleménynek az Mttv. 203. §-ának 4. pontja alapján az a közlemény tekinthető, amelynek közzététele félrevezetheti a közönséget. Megítélése szerint félrevezető lehet az a közlemény, amely olyan szövegkörnyezetben kerül bemutatásra, amelyben a közönség annak valódi természetét képtelen felismerni, azaz kereskedelmi üzenetet hordoz. A támogatás célja valóban a népszerűség, ugyanakkor a támogatói üzenet nem léphet túl a népszerűsítés azon mértékén, amely már a reklám jegyeit hordozza. A reklámban olyan többletinformációk is megjelennek, amelyek vásárlásra ösztönözhetik a közönséget. Jelen esetben a támogatói üzenet túllépte a támogatás közzétételének, megjelenítésének törvényben előírt feltételeit. A „30 napos visszavásárlási védelem” olyan többletinformáció, amely a támogató cég kedvező szolgáltatását hangsúlyozza. A közlemény közzététele fizetés ellenében történt, a felperes feladata lett volna a megrendelő által közzétetni kívántakat megfelelő kategóriába sorolni és a törvény előírásainak megfelelően közzétetni. A jogkövetkezmény kiszabásánál az alperes figyelemmel volt a törvénysértés esetszámára, illetve arra, hogy az Smtv.20.§-ának (3) bekezdése szerinti hasonló jogsértés miatt még nem sújtotta joghátránnyal a felperest.

A felperes keresetében elsődlegesen a határozat megváltoztatásával annak megállapítását kérte, hogy nem sértette meg az Smtv. vonatkozó rendelkezését, másodlagos kérelme a határozat hatályon kívül helyezésére és az alperes új eljárásra kötelezésére irányult. Álláspontja szerint az alperes a jogszabályi rendelkezésekből helytelen következtetéseket vont le, a burkolt kereskedelmi közlemény törvényi tényállása nem valósult meg, mivel egyetlen állításról sem bizonyosodott be, hogy félrevezető. Az Mttv. 26. §-ának (2) bekezdése a támogató, a termék, a szolgáltatás és a megkülönböztető jelzésnek a népszerűsítését is lehetővé teszi. A „30 napos visszavásárlási védelmet nyújtó” kifejezés egyedi módon különbözteti meg használóját. Ugyanezt engedélyezi az Smtv. 1. §-ának 10. pontja is, amely szerint a támogatás célja, hogy népszerűsítse saját vagy más nevét, védjegyét, tevékenységét vagy termékeit. A támogató nem reklámozni kívánta magát, mert akkor reklámot jelentetett volna meg, hanem a műsort kívánta támogatni, ezért adta az ellenszolgáltatást is. Nem került reklámértékű információ közzétételre, hanem egyedi azonosítóval látta el saját megjelölését a támogató. Utalt arra is, hogy az új médiatörvény már kifejezetten lehetővé teszi a szolgáltatás megjelölését, jelen esetben is ez történt.

Az alperes érdemi nyilatkozatában a kereset elutasítását kérte, lényegében fenntartva a határozatában kifejtett álláspontját.

Az elsőfokú bíróság a keresetet elutasította. Az alperessel egyezően megállapította, hogy a „30 napos visszavásárlási védelmet nyújtó” kifejezés mint tájékoztatás elegendő a figyelemfelkeltéshez, ezáltal alkalmas ösztönző hatás kiváltására. Hangsúlyozta, hogy a támogatói üzenetbe ágyazva reklámértékű információ került közzétételre, így az félrevezethette a közönséget, ugyanis nem a tartalma szerinti reklám útján találkoztak a hallgatók a kifogásolt tájékoztatással. Kiemelte, hogy a kifogásolt mondatrészlet egy többletinformáció, amely - előnyös, egyedi feltételeket

kínálva az adott márkájú gépkocsi vásárlásához -, a támogató gazdasági érdekét szolgálta és vásárlásra ösztönözhetette a hallgatókat. A közlemény anélkül kelt vásárlási késztetést, hogy ezt a szándékát reklámként nyíltan vállalná, azaz ténylegesen burkolt kereskedelmi közleménynek minősül.

A felperes fellebbezésében elsődlegesen az elsőfokú ítélet megváltoztatásával az alperesi határozat megváltoztatását kérte azzal, hogy nem sértette meg az Smtv. vonatkozó rendelkezését, másodlagosan a határozat hatályon kívül helyezését és az alperes új eljárásra kötelezését. Harmadlagos kérelme az elsőfokú ítélet hatályon kívül helyezésére és új eljárás lefolytatására irányult. Érvelése szerint az elsőfokú bíróság összetévesztette a tiltott műsorszámot és az attól elkülönülő támogatói megnevezést, ezért olyan műsorelem vonatkozásában állapította meg a jogsértést, amely valójában nem is tartozik a jogszabályi tiltás tárgyi hatálya alá. A támogatói megnevezés semmi olyan többletelemet nem tartalmazott, amely ne tartozna bele a támogatás jogszabályi definíciójába, hiszen csak magát a szolgáltatást népszerűsítette, amely az Mtv. 26. §-ának (2) bekezdése alapján kifejezetten legális tartalom. Az Smtv. rendelkezése szerint a „burkolt kereskedelmi közlemény” megtéveszti a közönséget, azonban a „támogatás” jogszabályi definíciójából az következik, hogy az semmiképpen nem lehet félrevezető. A felperes nem lépte túl a jogszabály szerinti támogatás kereteit, mivel annak egyértelmű célja valamely vállalkozás nevének, védjegyének, arculatának, tevékenységének vagy termékének népszerűsítése. A legitimizált népszerűsítéshez képest többletelemet hordozó felhívásra van szükség ahhoz, hogy a műsorszám normaszegő módon befolyásoló legyen.

Az alperes fellebbezési ellenkérelmében az elsőfokú ítélet helybenhagyását kérte. A határozatában foglaltakra utalás mellett előadta, hogy a felperes a burkolt kereskedelmi közleményt támogatói üzenetben tette közzé, amely médiatartalomnak minősül, így ezáltal is megvalósítható a kifogásolt normaszegés, ugyanis valamennyi médiatartalom, köztük a támogatói üzenet is köteles megfelelni az Smtv. előírásainak.

A felperes fellebbezése nem alapos.

A másodfokú bíróság a felperes fellebbezését a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 340. §-ának (5) és (6) bekezdése alapján tárgyaláson bírálta el, az elsőfokú bíróság ítéletét a Pp. 253. §-ának (3) bekezdése szerint a fellebbezési kérelem és ellenkérelem korlátai között vizsgálta.

Ennek során megállapította, hogy az elsőfokú bíróság a Pp. 206. §-ában foglaltaknak megfelelően a rendelkezésre álló peradatok alapján a tényállást helyesen rögzítette, az abból levont jogi következtetése a jogsértés és a jogkövetkezmény tekintetében is helytálló volt. A felperes fellebbezésében olyan érveket felsorakoztatni nem tudott, amelyek az elsőfokú ítélet megváltoztatását, illetve hatályon kívül helyezését eredményezhették volna.

A felperes fellebbezésében foglaltakra tekintettel az irányadó jogszabályi rendelkezések értelmezésével kapcsolatban a Fővárosi Ítéltábla az alábbiakra kíván rámutatni.

Az Smtv. és az Mttv. a korábbi Rttv. szabályozási rendszeréhez hasonlóan részletes fogalom meghatározásokon alapul, az irányadó fogalmakat az Smtv. 1.§-a, míg az Mttv. 203.§-ának értelmező rendelkezései tartalmazzák.

Az Smtv. 20. §-ának (3) bekezdése alapján a burkolt kereskedelmi közlemény médiatartalomban történő közzététele tilos.

Az Mttv. 203. §-ának 20. pontja szerint a kereskedelmi közlemény olyan médiatartalom, amelynek célja gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személy, illetve jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaság árujának, szolgáltatásának vagy arculatának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése. Az ilyen tartalmak fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében, vagy önreklámozás céljából kísérik a médiatartalmakat, vagy szerepelnek abban. A kereskedelmi közlemény formái közé tartozik többek között a reklám, a támogatást nyújtó nevének, védjegyének, arculatának vagy termékének megjelenítése, a televíziós vásárlás és a termékmegjelenítés. A 4. pont szerint a burkolt kereskedelmi közlemény olyan kereskedelmi közlemény, amelynek közzététele természetét tekintve megteveszti a közönséget. Az 59. pont szerint a reklám olyan - műsorszámnak minősülő - közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket -, szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog értékesítésének vagy más módon történő igénybevételenek előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul. Ezzel szemben a 63. pont szerint a támogatás olyan hozzájárulás, amelyet valamely vállalkozás nyújt valamely médiaszolgáltató vagy műsorszám finanszírozására azzal a céllal, hogy népszerűsítse nevét, védjegyét, arculatát, tevékenységét vagy termékeit.

Az Smtv. 20. §-ának (8) bekezdése szerint a médiatartalom támogatóját a közzététellel egyidejűleg, illetve azt közvetlenül megelőzően vagy azt követően meg kell nevezni.

Az Mttv. 26. §-ának (2) bekezdése alapján a támogatott médiaszolgáltatás vagy műsorszám esetén a támogató megnevezése történhet a támogató vagy az általa megjelölt más vállalkozás neve, védjegye és egyéb, a támogatóra vagy az általa megjelölt más vállalkozásra utaló jelzés, termékére, tevékenységére vagy szolgáltatására való utalás vagy ezek megkülönböztető jele, logója közzétételével, illetve feltüntetésével.

A perben az elsőfokú bíróságnak azt kellett vizsgálnia, hogy a tényállásban idézett támogatói közlés a maga szövegösszefüggéseiben ténylegesen támogatásnak avagy burkolt kereskedelmi közleménynek minősült.

A másodfokú bíróság hangsúlyozza, hogy a fogalmi elhatárolások körében az Smtv. és az Mttv. felsorolt rendelkezéseit egymással szoros összefüggésben kell értelmezni, továbbá figyelemmel kell lenni arra is, hogy az Mttv. 26. § (2) bekezdésének vagylagos felsorolása miatt a támogatást nyújtó megjelenítése a jogalkotó által annyiban korlátozva van, hogy a termékére és a szolgáltatására való utalások együttes közzétételére nincs törvényi lehetőség.

A törvény kifejezett rendelkezése szerint a támogatás megjelölése történhet magának a támogatónak a megnevezésével, illetve az Mttv. 26. §-ának (2) bekezdése szerinti más módon is, azonban a támogatót (jelen esetben árut) és a rá vonatkozó többletszolgáltatást együttesen nem tartalmazhatja, mert ez esetben a támogatás már burkolt kereskedelmi közleménynek tekintendő, ami az Smtv. 20.§-ának (3) bekezdése szerinti tilalomba ütközik.

A közzétett támogatói megnevezésben a „...” mint termék és a „ 30 napos visszavásárlási védelem ” mint az ahhoz kapcsolódó, kifejezetten ezen autómárkával azonosítható szolgáltatás - a felperes által sem vitatottan - együttesen került feltüntetésre, ez azonban - a reklám törvényi meghatározása szerint - olyan kereskedelmi közleménynek minősül, amely a termék vagy szolgáltatás értékesítésének, más módon történő igénybevételenek előmozdítására irányult. A Fővárosi Ítéltábla osztotta az alperes és az elsőfokú bíróság azon kifejtett álláspontját, hogy a közzétett szolgáltatás mint többletelem olyan előnyös feltételeket biztosít az adott termék vásárlására, amely erre ösztönözhetette a hallgatókat, a támogató gazdasági érdekét szolgálva.

Megjegyzni a Fővárosi Ítéltábla, hogy a támogató megnevezése, illetve a szolgáltatásának népszerűsítése mellett további többletelemként értékelte a támogató cég internetes elérhetőségének közlését is, mivel álláspontja szerint ez - a természetét tekintve - úgyszintén alkalmas volt a közönség megtévesztésére, a fogyasztók termékvásárlásra vagy szolgáltatás igénybevételeire való ösztönzésére. Ezen többletinformáció nyíltan nem hív fel fogyasztói magatartásra, azonban a támogató cég által forgalmazott gépkocsik kereskedelmi elérhetőségére utalóan mindenképpen olyan plusz információt jelent, amely a fogyasztói szokások kialakítását befolyásolhatja.

A fentebb kifejtettek értelmében a támogatói üzenet a támogatónak csak a népszerűsítésére irányulhat, míg a reklám ezen túlmenően már a konkrét termék vagy szolgáltatás vásárlására is ösztönöz. Ezért azzal, hogy a felperes által közzétett támogatói megnevezés a természetét tekintve valójában reklám, megtévesztette a nézőket, azaz a kereskedelmi közlemény burkoltnak minősül. Az alperes és az elsőfokú bíróság is helyesen állapították meg, hogy a felperes megvalósította az Smtv. 20. §-ának (3) bekezdése szerinti jogsértést.

Mindezek alapján a másodfokú bíróság a Pp. 253. §-ának (2) bekezdése alapján - az indokolás kiegészítésével - az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyta.

A felperes fellebbezése nem vezetett eredményre, ezért a Fővárosi Ítéltábla az alperes másodfokú eljárásban felmerült költségének a megfizetésére a Pp. 78. §-ának (1) bekezdése alapján kötelezte, míg a le nem rótt fellebbezési illetéket - melynek mértékét az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 39. § (3) bekezdés c) pontja és a 46. § (1) bekezdése alapján állapította meg - a 6/1986. (VI. 26.) IM rendelet 13. § (2) bekezdése alapján köteles viselni a felperes. Az ítéltábla - a keresetlevél benyújtásakor hatályos Itv. 39. §-ának (3) bekezdés b) pontja és a 42. §-ának (1) bekezdés a) pontja szerinti 27.000 forint kereseti illetékre tekintettel - a felperest további 7.000 forint kereseti illeték megfizetésére is kötelezte (Pp. 253. §-ának (3) bekezdés 2. mondata).

, 2012. évi november hó 14. napján

Borsainé dr. Tóth Erzsébet s.k.	Rácz Krisztina s.k.	Bacsa Andrea s.k.
a tanács elnöke	előadó bíró	bíró

A kiadmány hitelül: